

## ABSTRAK

### PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN TERHADAP KECENDERUNGAN *IMPULSIVE BUYING*

Studi Kasus pada Mahasiswa di Lima Universitas Yogyakarta

Yakobus Andi Bagaskara

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tipe kepribadian berpengaruh terhadap kecenderungan *impulsive buying*. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2017 di lima universitas Yogyakarta yaitu Universitas Gadjah Mada, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Universitas Sanata Dharma, dan Universitas Sarjana Wiyata Taman Siswa. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa di lima Universitas Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dan teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Uji validitas menggunakan teknik *korelasi product momen* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha* dan teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh tipe kepribadian terhadap kecenderungan *impulsive buying*.

Kata kunci: Tipe kepribadian, *impulsive buying*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERSONALITY TYPES TO THE TENDENCY OF  
IMPULSIVE BUYING

A Case Study on Students at Five University of Yogyakarta

Yakobus Andi Bagaskara

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Yogyakarta, 2018

This study aims to find out whether the personality type effect on the tendency of impulsive buying. This research was conducted in December 2017 at five Universities of Yogyakarta, those are; Gadjah Mada University, Muhamadiyah State University, Sunan Kalijaga University, Sanata Dharma University, and Sarjana Wiyata University of Taman Siswa. The populations in this study are students at those Universities. The sampling technique used is non-probability sampling, that is incidental sampling. The data in this study obtained by distributing questionnaires to 100 respondents, to test the validity of using the technique of correlation of product moment and reliability test using cronbach alpha formula and techniques of data analysis used to test the hypothesis, simple linear regression is used. The results of the research indicated absence of influence of the personality types to the tendency of impulsive buying.

Key words: type a personality, impulsive buying

